“Compartilhareis as fakes e as fakes me elegerão”: uma análise de fakes news anti-Haddad em redes sociais de católicos carismáticos

"You will share the fakes and the fakes will elect me": an analysis of fakes news anti-Haddad in social networks of charismatic Catholics

Emanuel Silva[1]

Resumo: O presente artigo apresenta uma análise de imagens compartilhadas em redes sociais de grupos ligados à Renovação Carismática Católica (RCC), durante o pleito de 2018, que disseminaram *fake news* em relação à candidatura de Fernando Haddad (PT) à Presidência da República. Partindo da contextualização da disputa, analisa-se os marcadores religiosos presentes na semântica da disputa ênfase ao caráter marcadamente religioso no qual a disputa, destacando o apoio explícito de lideranças religiosas ao candidato do PSL, Jair Bolsonaro, sejam elas evangélicas ou

[1] Doutor em Sociologia (UFC), vice-coordenador do NERPO Núcleo de Estudos em Religião e Política-UFC). Professor de Teoria Política (UECE/FACEDI), colaborador do Programa de Pós-Graduação em Sociologia (UECE), do Programa de Pós-Graduação em Planejamento e Políticas Públicas (UECE) e do Mestrado Profissional em Ensino de Sociologia (UFC).

católicas carismáticas, compreendendo tais marcadores a partir dos desdobramentos recentes da participação mais efetiva de atores do campo religioso na política, sobretudo em disputas eleitorais. O trabalho analisa o conteúdo e a de elementos imagéticos compartilhados em redes sociais (*facebook* sobretudo) que mobilizaram uma "antimilitância religiosa" contra a candidatura petista (o que exigiu uma análise do "antipetismo" como traço fundamental da disputa), por meio de imagens *fakes*, inexistindo o cuidado com o apuro do conteúdo visualizado, mesmo quando este beirava o grotesco, exigindo uma compreensão do lugar da verdade em temporalidades digitais. Por meio de análise de conteúdo e de imagem, poder-se-á observar os principais elementos mobilizados a partir do imaginário cristão que balizaram o apoio de católicos carismáticos à Bolsonaro, problematizando-os à luz do *slogan* religioso escolhido pelo candidato para lema de sua campanha: "*conhecereis a verdade e a verdade vos libertará*", retirado de um versículo bíblico.

Palavras-chave: Eleição; Religião; *Fake news*.

Abstract: This article presents an analysis of shared images in social networks of groups linked to the Catholic Charismatic Renewal (RCC), during the 2018 election, which disseminated fake news regarding the candidacy of Fernando Haddad (PT) to the Presidency of the Republic. Starting from the contextualization of the dispute, the religious markers present in the semantics of the dispute are emphasized the markedly religious character in which the dispute, emphasizing the explicit support of religious leaderships to PSL candidate, Jair Bolsonaro, whether they are evangelical or charismatic Catholic, including such markers from recent developments in the more effective participation of religious actors in politics, especially in electoral disputes. The work analyzes the content and image elements shared in social networks (facebook mainly) that mobilized a "religious antimilitancy" against the Petista candidacy (which required an analysis of "antipetism" as a fundamental feature of the dispute), through images fakes, lacking the care of the content of the visualized content, even when it bordered on the grotesque, demanding an understanding of the place of truth in digital temporalities. Through the analysis of content and image, one can observe the main elements mobilized from the Christian imaginary that marked the support of charismatic Catholics to Bolsonaro, problematizing them in the light of the religious slogan chosen by the candidate for the motto of his campaign: "you will know the truth and the truth will set you free", taken from a Bible verse.

Keywords: Election; Religion; Fake news.

1. Introdução

A frase que intitula este texto opera um trocadilho com o versículo bíblico utilizado por Jair Messias Bolsonaro (PSL) durante o pleito de 2018 para legitimar-se em meio a segmentos religiosos cristãos, evangélicos e católicos: *"conhecereis a verdade e a verdade vos libertará"*, retirado do evangelho de João, capítulo 8, versículo 32. Sua candidatura mostrava-se, assim, ser a oportunidade através da qual o país

encontrar-se-ia com a “verdade”, o que localiza em seus opositores, e sobretudo no seu opositor durante o segundo turno (o petista Fernando Haddad), o lócus da “mentira”, da qual dever-se-ia “libertar” o país. Algo como: *conhecereis a verdade – Bolsonaro- e a verdade – ele- vos libertará – do PT, ou do mal, das trevas*, e de uma série de elementos advindos do imaginário religioso, acionados, como veremos, durante a campanha.

Nesse sentido, este artigo busca analisar os elementos operados no que considero ser uma “antimilitância religiosa” contra Fernando Haddad a partir da observação de postagens feitas em um grupo direcionado a membros da Renovação Carismática Católica (RCC), na rede social *Facebook*, intitulado “Movimento contra o comunismo e a teologia da libertação”, dando destaque às *fake news* compartilhadas no grupo com o objetivo de descreditar, a partir da simbólica religiosa ou não, a candidatura do petista. A observação desse fenômeno interessou-me porque, sob a égide da “verdade” e da “iluminação”(dialogando com o mote utilizado por Bolsonaro durante a campanha, ao qual referi-me anteriormente), os membros do grupo propunham analisar a disputa em curso, com o uso de postagens falsas, sobretudo via *memes*, desfavoráveis a Haddad e à sua vice, Manuela D’Ávila (PCdoB), sem o mínimo comprometimento com a verificação dos fatos ali compartilhados, depois tornados opinião pública/compartilhada, nos permitindo pensar, em termos analíticos, na verdade como componente *semântico*, em tempos de redes sociais, e não mais como *factual*.

O referido grupo foi criado em 14 de outubro de 2011, e possui atualmente 34 mil membros, espalhados por todo o país, e em sua página a hegemonia quase absoluta é de postagens com ataques à esquerda – nomeada sempre como “comunistas” -, à favor de Bolsonaro (antes, como candidato, e, agora, como presidente), ataques à Lula e, poucas vezes por semana, divulgação de eventos da RCC. Os principais nomes que têm suas postagens reproduzidas no grupo são Olavo de Carvalho, Silas Malafaia e Padre Ricardo.

Importa destacar que, na contemporaneidade, as redes sociais têm servido como importante meio de produção e transmissão de conteúdos consideráveis do ponto de vista social e sociológico, veiculando valores dos mais diversos grupos sociais, e, assim,

além de ser um importante "dispositivo de encenação"[2] por meio do uso e do "peso das palavras", age também como uma "forma simbólica" de comunicação e de produção de sentidos em nossos dias[3]. Isso porque as redes sociais portam uma extraordinária capacidade de "gerar, difundir e trocar significados na comunicação interpessoal coletiva"(Garcia, Daly e Supovitz, 2015, p. 55, tradução nossa).

A metodologia consiste de uma análise semântica dos sentidos produzidos pelas imagens publicadas (divididas em categorias temáticas), e de como se constituíram na produção de uma "opinião" – ou seja, de *doxa*, um conjunto de "opiniões, crenças e compreensões que são sustentadas e partilhadas" por um conjunto de pessoas, (Thompson, 1995, p. 364) - desfavorável ao candidato petista em termos de uma *opinião antirreligiosa*.

O artigo está assim estruturado: na primeira parte apresento um panorama geral acerca da participação de atores do campo religioso nas últimas disputas eleitorais para a Presidência da República (2010 e 2014), destacando, assim, a importância do campo religioso para a compreensão dos resultados eleitorais, e das dinâmicas de alianças políticas, no Brasil contemporâneo; na segunda parte apresento uma contextualização da disputa eleitoral de 2018, dando ênfase ao que chamo *de semântica religiosa da disputa*; em seguida, teço breves considerações sobre o fenômeno das redes sociais e de que implicações, ainda inicialmente analisadas, conferem às disputas políticas; na quarta parte apresento e analiso as postagens do grupo anteriormente referido, que serviram como *córpus* de análise deste artigo para, em seguida, apresentar considerações que mais parecem ser "gerais" do que "finais" acerca das relações, observadas no que se tomou como estudo aqui, entre religião, *fake news*, formação de opinião e militância antirreligiosa em curso no Brasil.

2 Utilizo o termo "dispositivo de encenação" para referir-me ao "ambiente físico" em que a comunicação midiática é realizada: "o dispositivo constitui o ambiente, o quadro, o suporte físico da mensagem" (Charaudeau, 2015, p. 104).

3 Afirmo isso pensando como Thompson, para quem uma "forma simbólica" diz respeito a "ações, objetos e expressões significativas de vários tipos – em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados" (1985, p.181).

2. A religião em busca da política no Brasil: o que nos dizem as eleições presidenciais (2010-2014)?

A análise dos últimos pleitos presidenciais nos permite elaborar um recorte preciso, dentre muitos que são possíveis, e perceber um dado significativo, ao menos para os objetivos desse artigo: a presença marcante de uma semântica religiosa, seja para interpretar a disputa em curso, seja para legitimar a agenda política de lideranças religiosas frente aos candidatos mais competitivos (e, assim, legitimar as próprias lideranças religiosas frente ao campo político), ou mesmo para inscrever a agenda moral dos grupos religiosos na agenda dos candidatos competitivos. Estudos já observavam a presença e escolha política de lideranças religiosas em ascensão já durante a campanha de 1989, com o voto declarado em Fernando Collor de Mello (então no PRN), com uma interpretação da eleição a partir do imaginário da religião – "guerra santa", "batalha espiritual" (Mariano, 1992). As eleições seguintes seriam acompanhadas por um crescimento político de lideranças religiosas, protestantes sobretudo, nos espaços de representação política como um possível resultado do crescimento demográfico desse segmento no Brasil.

Embora isso tenha sido algo percebido por diversos estudiosos do campo religioso, a participação mais tímida de lideranças da Renovação Carismática Católica (RCC), movimento surgido nos EUA no final dos anos de 1960 e que chegou ao Brasil ainda nos anos 1970, também tem sido objeto de pesquisas no campo das Ciências Humanas para atestar a importância desse segmento, ainda que em termos emergentes, para a compreensão dos resultados eleitorais. Esse é o exemplo da análise elaborada por Procópio (2012), onde podemos compreender como "movimentos como a Renovação Carismática Católica [...] se posicionaram em relação ao conjunto das eleições" (p. 80), sobretudo as presidenciais, nos últimos anos. Assim sendo, muitos são os estudos em que se analisam como "os atores religiosos movimentam-se e trazem a público sua linguagem, seu ethos, suas demandas, nas mais diversas direções" (Burity, 2008, p. 84).

Importa salientar que, se haviam sido recorrentes empreitadas políticas de lideranças religiosas cristãs do segmento evangélico[4] ou mesmo da ala mais

---

4 Com atuação política, inclusive parlamentar, desde a Assembleia Nacional Constituinte, de 1988.

progressista da Igreja Católica – como é o caso das Comunidades Eclesiais de Base (CEB´s)[5] -, não se observavam tomadas de posições mais claras no jogo político por parte de lideranças da RCC, como se pôde observar a partir das eleições de 2010[6] (quando apoiou a candidatura de José Serra, do PSDB), e ainda mais nas eleições de 2014 (quando apoiou o candidato Aécio Neves, do mesmo partido[7]), no que tange ao voto presidencial, sendo a RCC o segmento católico com maior crescimento de engajamento das disputas eleitorais dos anos 2010. Isso porque, desde 2010, vimos "uma reposição dos temas na agenda política da maioria dos grupos religiosos favorecendo as questões de cunho moral e privado" (Machado, 2012, p. 34)[8].

No que tange à participação de atores do campo religioso nas disputas eleitorais no Brasil contemporâneo, algumas considerações são necessárias. Cecília Mariz (2006) compreende as inserções da Renovação Carismática Católica na política pensando nas relações que o movimento estabelece com os dilemas dentro do catolicismo com as "cosmovisões modernas" da vida social, pondo-se em diálogo, por vezes conflitivo, com as estruturas e grupos do mundo secular, exercitando uma "barganha cognitiva" engendrada por uma reflexividade a partir do embate com os valores "do mundo", cada vez menos capturados ou formatados pela teologia cristã[9]. Assim, o movimento tem apresentado declarada oposição à agendas políticas "modernas" (no sentido de opostas à "tradição") sustentadas por partidos progressistas, como o PT, levando o movimento à uma forte oposição ao mesmo durante os pleitos observados (2010, 2014 e 2018).

---

5 Sobre isso, ver Mainwaring (1989).

6 Particularmente na contra a legalização do "aborto", o que pôs importantes lideranças do movimento em aberta oposição à candidatura de Dilma Rousseff (PT), mesmo depois que a candidata havia publicado uma "carta" em que se comprometida a não modificar a legislação então vigente sobre o tema. Sobre isso, ver Machado (2012).

7 Apoio observado, sobretudo, pela participação de cantores da RCC, como Celina Borges e a banda Anjos de Resgate, no HGPE do candidato.

8 Embora estudos como os de Miranda (1999) e Machado (2006) tenham observado tal empreitada da RCC já nos anos 90, sustento aqui que a mudança, nos anos 2010, se deu em relação a uma militância mais perceptível no que tange à disputa presidencial, e não nas disputas legislativas, como os estudos apontavam.

9 Em seu estudo sobre a ética das grandes religiões mundiais, Weber (2012) destacou o confronto instaurado pelas "religiões de salvação", no que tange ao tensionamento de seus fiéis com a realidade material, que se destitui de qualquer valor ou significado frente à realidade espiritual apregoada por estas, uma vez que toda a existência material é explicada a partir dos valores éticos assumidos por tais religiões.

Por sua vez, Joanildo Burity (2015), ao tratar das dimensões da religião na cena pública, elenca como uma chave de compreensão para as atuais modalidades de tal “encenação” as noções de “agência” e “antagonismo”. Para o autor, a atual mobilização política de grupos religiosos em torno de agendas públicas que, de uma forma ou de outra, lhe dizem respeito, pode ser compreendida como uma “*agenda reativa*” às inúmeras mudanças em temáticas que lhes são caras (comportamentos, direitos de minorias, cotas etc), “rápidas” por demais e que, por isso mesmo, ameaçam “profundamente valores e práticas tradicionais, provocando assim uma tentativa de reinserção de vozes religiosas” num mundo cada vez mais tendente à secularização, tendo, pois uma “conotação conservadora”, pois busca interromper ou reverter mudanças que tragam prejuízos à pregação religiosa; ou como uma “*agenda construtiva*”, por meio da qual os grupos religiosos buscariam refazer suas posições para responder aos desafios contemporâneos que lhes são impostos pela sociedade. Concordando com o autor, observo a mobilização contra a “ideologia de gênero” como a faceta “reativa” dos grupos religiosos, assim como o “Escola sem partido” e o “Estatuto da família”, temáticas que contam com considerável apoio entre os membros do movimento, como sua faceta “construtiva” no atual cenário de engajamento dos atores religiosos no campo político.

Completando o quadro de análise, Maria das Dores Machado (2015) destaca que, apesar de já se verificarem interesses pelos processos eleitorais desde os anos 1990, os últimos anos têm apresentado um importante aumento desse segmento nas Casas Legislativas, engendrando, junto com políticos advindos das Igrejas Pentecostais, “uma posição de ativismo político com o propósito de restaurar ou criar uma nova cultura política no país”, postando-se, tais políticos, como “farol ético da sociedade brasileira” (Machado, 2005, p. 48). Isso porque tais lideranças veem-se como arautos de um “dever moral de participar da política e de mudá-la”, em especial com o avanço de pautas identificadas com os Direitos Humanos ou com pautas de minorias, representadas por tais segmentos como “trevas” a serem combatidas pela participação política, encarada nos termos de uma “batalha espiritual”:

> [...] atentos aos movimentos culturais que questionam a ordem de gênero e a moralidade sexual cristã e percebendo a importância

> crescente da normatividade legal e do ideário dos direitos humanos na sociedade contemporânea, pentecostais e carismáticos se esforçam para readequar seus discursos e sus formas de atuação na sociedade mais ampla [...] associação da evangelização a uma forma de batalha, na qual os que não seguem o cristianismo devem ser combatidos. Ou seja, o discurso predominante tanto entre carismáticos como entre pentecostais parece advir da teologia da guerra ao mal que, em diferentes momentos da história ocidental, gerou perseguições às minorias culturais (Machado, 2015, p. 65-66)

Se a mobilização contra qualquer que fosse a mudança a ser efetuada na legislação acerca do aborto havia sido o mote primordial a aglutinar setores dos mais diversos segmentos religiosos, evangélicos pentecostais e católicos carismáticos sobretudo, em torno da Candidatura de José Serra contra Dilma Rousseff, em 2014 essa "aliança" estaria mais explícita ainda em torno da candidatura de Aécio Neves, também contra Dilma. À problemática do aborto juntava-se, agora, o "pânico moral" engendrado em torno das questões de gênero, alcunhando-se a problemática como "ideologia de gênero"[10], e contava com o auxílio, no enfrentamento político do debate, da candidatura do Pastor Everaldo (PSC), para o efetivo trabalho discursivo de legitimação da agenda religiosa no debate eleitoral, conforme salientado pelo primoroso estudo de Magali Cunha (2017) sobre a candidatura do pastor.

Estaríamos, pois, diante de um "neoconservadorismo evangélico-católico" cuja bandeira maior, que possui uma considerável atuação nas mídias digitais, seria a "*salvação da família*", em especial contra o que consideram ser uma "ditadura gayzista" que busca "impor o seu estilo de vida" ao conjunto da população; e, assim, essa bandeira torna-se uma "única" a congregar católicos e evangélicos na luta "contra a ideologia de gênero" e a favor de um "político cristão".

Tal congregação de interesses é ilustrada pela autora através da similitude de argumentos postos em circulação tanto pelo Pastor Silas Malafaia, da Igreja Assembleia de Deus, quanto pelo Padre Paulo Ricardo, importante pregador da Renovação Carismática Católica, ambos liderando "cruzadas" pela retirada do termo "gênero" e seus semelhantes dos planos de educação, e que postam-se como os

---

10 Sobre a mobilização católica contra a questão de gênero, ver Silva (2017).

maiores líderes de cada um dos seguimentos a influenciar a tomada de decisão eleitoral de seu público.

Assim sendo, a atuação deliberada de atores do campo religioso na política eleitoral nos permite compreender o ativismo religioso conservador que, caucionado numa visão negativa da política brasileira, da qual precisariam "libertar" o país, vai mobilizando-se na perspectiva de construção de uma nova cultura política no país, crente no "dever moral" de interferir nos rumos das disputas.

3. O contexto (religioso) da disputa presidencial de 2018: o candidato saído "das águas do Jordão"

Dias depois da aceitação por parte da Câmara dos Deputados do processo de cassação do mandato presidencial de Dilma Rousseff (PT), em abril de 2015, o candidato derrotado à presidência do Brasil em 2014, Pastor Everaldo, era coadjuvante de uma cena que seria determinante para o pleito de 2018: batizava, como pastor, e recebia, como presidente do PSC, o então deputado católico Jair Messias Bolsonaro (então no PP) que, na votação do processo contra a petista, havia dedicado seu voto à construção de um país cujo mote seria "Deus acima de tudo", e que o acompanharia durante a campanha de 2018.

Conhecido como deputado do "baixo clero", sobretudo por conta de sua inexpressividade durante os quase 30 anos de mandato parlamentar, com três filhos igualmente iniciados na vida política, Jair Bolsonaro, legitimou-se, sobretudo a partir de 2011, como um deputado "polêmico" por suas posições anticivilizatórias de oposição a conquistas de direitos, em especial de minorias, em diversas entrevistas e pronunciamento no plenário da Câmara dos Deputados[11].

Em junho de 2018 o então inexpressivo Partido Social Liberal (PSL) realizaria sua convenção nacional na qual escolheria o nome do deputado como seu candidato à presidência, tendo o general Hamilton Mourão (PRTB) como seu candidato à vice, depois das recusas de Janaína Pascoal (PSL) e do então senador Magno Malta (PR). A partir daí ver-se-ia uma campanha alicerçada nos seguinte elementos: defesa de valores caros aos grupos religiosos cristãos (família tradicional, oposição ao aborto,

11 Sobre isso, ver Silva (2019).

legitimidade do cristianismo como religião da "maioria" etc), oposição aos Direitos Humanos, defesa da liberação do porte e da posse de armas, oposição à "militância", defesa de legislação mais branda em relação ao meio ambiente, agenda de aproximação máxima com os EUA e de distanciamento do Mercosul, dentre outros elementos. Destaque-se, acima de tudo, a ênfase na legitimidade de apresentar-se como a candidatura "antipetista" por excelência e, nesse sentido, a que melhor correspondia aos interesses do campo religioso que vinha caminhando na oposição ao partido nas duas últimas eleições, o que concederia ao candidato o apoio explícito à ele por parte do segmento, sobretudo pentecostais protestantes e católicos, antes e durante a campanha. Isso lhe obrigaria a *semantizar religiosamente a disputa*, sobretudo por meio das *fake news* direcionada a esse segmento, o que parece ter feito de forma exitosa.

Durante a campanha, várias foram as pesquisas de intenção de voto que mostravam o então candidato à frente em todos os seguimentos religiosos, com destaque para os dois citados[12].

O apoio de lideranças, sobretudo sacerdotes, da RCC ao candidato Bolsonaro, e a forte oposição, alicerçada sobretudo em informações falsas, a Haddad durante a campanha de 2018 foi intensivamente acompanhada pelo autor desse texto. Uma apurada análise desse conjunto de apoios está sendo analisada em capítulo de livro a ser publicado em breve. A participação no grupo da RCC permitiu-me observar que o apoio de lideranças católicas à candidatura de Jair Bolsonaro, já desde o primeiro turno, legitimou-se recorrendo à retórica do "inimigo vermelho" a ser derrotado em nome dos "valores cristãos", sobretudo a partir da "ameaça comunista", que se produziria a partir da perseguição aos cultos religiosos, vilipêndio aos símbolos sagrados e, sobretudo, ao famigerado "kit gay".

Padre Paulo, ligado à Comunidade Católica Canção Nova[13], por exemplo, sugeriu que o episódio da facada contra o candidato Bolsonaro, ocorrida em 6 de setembro, teria sido planejado "para calar a verdade" a ser dita aos brasileiros pelo candidato, comparando-o a um "mártir dos tempos modernos", vítima de "mentiras"

---

12 Sobre as relações entre religião e o candidato ver Almeida (2018).
13 Sediada em Cachoeira Paulista (SP).

(o vídeo pode ser visto aqui: https://www.youtube.com/watch?v=OQ3S9RTY6sY). O sacerdote dizia essas coisas a uma plateia de jovens carismáticos que participavam de um encontro de oração. Esta respondeu-lhe com gritos de “Mito! Mito! Mito!”, adjetivação com a qual os seguidores referiam-se ao candidato. O que o sacerdote nomeava como mentiras eram apenas as análises e os desdobramentos, por parte dos outros candidatos, das posições de Bolsonaro.

Outro importante sacerdote da RCC, ex-membro da Comunidade Canção Nova, a pronunciar-se a favor do candidato foi Cleidimar Moreira que, por não votar “em nenhum candidato da esquerda” e nem ser “julgado pelo pecado da iniquidade” (a eleição, portanto, vista em termos espirituais – votar na esquerda é cometer iniquidade, o que não o faria “herdar o reino dos céus”) – pois só assim seria “contra a ideologia de gênero” -, o padre cantor declarava que o Brasil só seria renovado “com Bolsonaro presidente”.

Padre Antônio Furtado, membro da Comunidade Católica Shalom[14], durante a “festa dos arcanjos” que reuniu cerca de 20 mil pessoas, realizada no dia 29 de setembro, iniciou sua homilia lendo o capítulo 12 do livro bíblico do Apocalipse, e fez seus fiéis repetirem, inúmeras vezes, a expressão “dragão vermelho” para referir-se ao demônio. Vermelho, a cor da esquerda; mais precisamente, a cor do PT. Relembrou as mensagens das supostas aparições da Virgem Maria em Fátima, no ano de 1917, destacando a necessidade do “anticomunismo russo”. “Esse dragão, esse bicho vermelho, está mais presente do que você imagina. Ele tem cabeças pensantes no mundo para impedir a ação da igreja”, disse ele. Com suas “televisões, cantores, políticos, empresários”, o dragão - sempre nomeado como “vermelho” com cabeça em “estrelas” (mais uma referência ao PT) - estaria em plena ação, sobretudo por no momento das eleições.

Os governos, disse ele, estariam sendo feitos por “sujeitos conduzidos pelo dragão”. Para não deixar dúvidas acerca da associação que fazia entre o dragão-demônio e o Partido dos Trabalhadores (portanto, naquele contexto, o candidato Fernando Haddad), o padre concluiu dizendo: “até a cor do dragão você sabe, a Bíblia

14 Sediada em Fortaleza (CE).

diz, até a cor você sabe qual é, cuidado com esse dragão". "Não deixe que o Brasil seja entregue aos abortistas, aos mentirosos, aos destruidores da família".

Interessante informar ao leitor que, durante o pleito de 2010 um outro padre, José Augusto (da Canção Nova), também referiu-se ao PT como um perigo "tenebroso", e dar um voto à candidata Dilma Rousseff seria "ir ao inferno". O PT ganhou direito de resposta e a TV Canção Nova emitiu nota dizendo-se independente das declarações dadas[15].

Esses episódios servem como ilustração daquilo que argumento nesse artigo: a escolha deliberada, em termos religiosos, para o voto em Jair Bolsonaro, por parte de lideranças da RCC, durante a eleição de 2018; isso porque, ao que parece, o candidato reunia em si dois elementos que alçavam a condição de maior importância para a razão de ser do voto carismático: a defesa da agenda cristã acompanhada do antipetismo.

4. A eleição "na palma da mão": o fenômeno das *fakes news* no pleito de 2018 – quando o verdadeiro deixa de ser o factual (?)

Tornou-se lugar-comum, embora verificável, a afirmação de que as eleições de 2018 foram decididas por mensagens compartilhadas nas redes sociais, sobretudo via *whatshap*. Colaboram para isso dois fatos, sobretudo: o esvaziamento da mídia tradicional como ator político importante nas disputas eleitorais, como havia sido até então, e a propagação em massa das chamadas *fake news*. O esvaziamento do protagonismo da mídia tradicional como "formadora de opinião" (papel ocupado exitosamente nas eleições anteriores)deveu-se a dois fatos, ambos protagonizados pela campanha de Bolsonaro: primeiro, com o episódio da facada, o candidato afastou-

---

15 Apesar disso, uma análise distinta das posições da referida Comunidade pode ser encontrada em Procópio (2019). Nesse texto, o autor analisa o discurso de votação de 4 parlamentares com relações com a RCC no processo de impedimento da ex-presidente Dilma Rousseff(PT) e, quando chega ao caso do deputado mineiro Eros Biondini (PROS), que votara elencando o nome da Comunidade Canção Nova, pondera que muitos comentários, no site da Comunidade, opuseram-se ao voto do deputado, que não expressaria a comunidade. Apesar dessa análise, o que pode-se ver, durante a campanha aqui em questão, foi uma tomada de posição da Comunidade, e da RCC em geral, em apoio a Jair Bolsonaro, o que ficou bastante nítido quando da ida do candidato, já eleito, à Cachoeira Paulista, sede da comunidade, tendo sido recebido pelo fundador, Padre Jonas Abib, pela co-fundadora, Luiza Santiago, e por vários outros de seus membros. Assim sendo, a análise aqui produzida constrata-se com a de Procópio (2015).

se, e esvaziou (uma vez que já liderava as pesquisas de intenção de voto desde a retirada definitiva da candidatura de Lula, no final de agosto) a realização de entrevistas e debates na TV aberta, chegando mesmo a conceder uma entrevista alternativa à TV Record no mesmo dia e horário do tradicional debate da TV Globo; depois, por dar vital importância à transmissão de *lives* pelo *facebook*, de onde relacionava-se com seus simpatizantes/eleitores, numa elaborada estratégia de esvaziamento das esferas tradicionais de comunicação midiática, mantendo desperta sua militância.

Essa utilização deliberada das redes sociais, por parte do candidato, contudo, teve condições de operar uma mudança no protagonismo da cobertura midiática das eleições, ou melhor, do espaço por excelência por onde as eleições seriam melhor observadas, não por conta da plataforma digital em si, mas por ter sido nela melhor expresso, também, o contexto político sobretudo no que diz respeito ao antipetismo que marcou as eleições presidenciais de 2018. Como veremos, se as mentiras espalhadas portavam mensagens acima de tudo sobre a candidatura do PT é porque o antipetismo conjugou-se com a rapidez das redes sociais para produzir a consistente adesão desses setores ao candidato.

Observemos os seguintes dados apresentados abaixo, assim como sua análise:

> No ambiente do WhatsApp, um estudo do IDEIA Big data mostrou que os conteúdos pró-Bolsonaro chegaram, na última semana do primeiro turno, a 40 mil grupos por dia. Supondo uma média de cem pessoas por grupo, a campanha de Bolsonaro pode ter alcançado 28 milhões de indivíduos, diretamente, no momento crítico da corrida eleitoral.
> [...] A exitosa campanha de Bolsonaro parece ter sido produto de uma gestão eficiente, mesmo que acidental, do uso das mídias sociais. Segundo diversas fontes, tal utilização foi basicamente liderada pelo seu filho Carlos Bolsonaro. Um processo que não teve início com a propaganda eleitoral, mas que foi desenvolvido ao longo dos anos. O conteúdo influente que circulou derivava, pelo menos em parte, dessa relação sinérgica entre pessoas identificadas com o candidato do PSL e sua forma autêntica de se comunicar.
> [...] Sua vitória não foi exclusivamente um "produto do WhatsApp", mas resultado de uma nova conjuntura, tanto política quanto tecnológica, na qual essa grande transformação nas plataformas de comunicação era um dos elementos centrais (Moura e Corbellini, 2019, p. 118-120).

O segundo elemento diz respeito a uma forma particular de uso das redes sociais durante a eleição: a propagação de notícias falsas, conhecidas como *fake news*[16]. Campanhas eleitorais sempre foram um momento especial da propagação de inverdades e mentiras trocadas entre os candidatos ou pelos simpatizantes destes, constituindo "fofocas" e "boatos" com os quais as campanhas foram continuamente alimentadas. Podemos citar, como exemplo recente, a falsa "ficha policial" de Dilma Rousseff, publicada em 2010 pelo Jornal O Estado de São Paulo, em que a então candidata aparecia como "fichada" pelo sequestro de nomes ligados ao Regime Militar de 1964, durante a Guerrilha do Araguaia. Contudo, aquilo que se entende por *fake news* está para além, do meramente falso, e não se opõe apenas ao verdadeiro, como tentarei explicar no tópico seguinte.

D'Ancona (2018) apresenta o fenômeno das *fake news* como algo distinto da mentira, que seria ação "própria da classe política", sendo melhor compreendido no plano da "resposta do público às mentiras do político". Aos moldes de uma "convivência indiferente com a mentira dos políticos", o fenômeno pode ser melhor compreendido como uma "segurança emocional" produzida por uma quantidade sem fim de "informações inverossímeis" através das quais a "verdade perde sua primazia epistemológica", alicerçada no colapso da confiança nas instituições tradicionais, sobretudo a mídia tradicional (como "fiadora da verdade"), fazendo com que o eleitor/seguidor/sujeito opte por aquilo que apresenta melhor verossimilhança com seu conjunto valorativo. O verdadeiro, pois, deixa de ser o factual e passa a ser o crido como tal; estaríamos de volta, em política, à questão da crença como produtora de sentidos, inclusive no que diz respeito à decisão eleitoral, uma nova modalidade de "manipulação da opinião pública, como nos lembra Charaudeau (2016, p.114), em que a credibilidade do enunciador desloca-se da razão para a "exaltação de valores"[17].

Assim sendo, podemos compreender como

---

16 Snyder (2017), Kakutani (2018), D'Ancona (2018) e Lanier (2018) apresentam uma importante análise sobre o fenômeno das fake news e suas implicações para a vida política na contemporaneidade.

17 Duas outras formas de compreender o fenômeno seriam são possíveis. A primeira delas parte da ideia de um "declínio da honestidade", que prescinde, agora, da verdade factual, como algo a ser estabelecido, e desloca-se por uma "regulação da mentira", de modo a que esta apresente-se como crível (Keyes, 2018). A segunda compreende o momento atual como o de um espaço por excelência da "apologia da polêmica", que por meio da dicotomização, polarização e do debate virulento opera cada vez mais espaços de dissensos nas realidades democráticas nacionais (Amossy, 2017).

> [...] no interior de uma batalha discursiva, o uso de fake news, de forma intencional ou ingênua, é bastante facilitado. Os interlocutores repetem monólogos com crescente agressividade. A regressão ao funcionamento de massa, com sua estereotipia e certeza dogmática, produziu um extenso sentimento de divisão social, rompendo laços e dissociando relações (Dunker, 2019, p. 122).

Assim, numa disputa eleitoral em que o candidato melhor pontuado nas pesquisas de intenção de voto conduzia sua campanha sobretudo nas redes sociais, o mecanismo das *fake news* impor-se-ia como método por excelência do objetivo de alcançar o máximo de eleitores possível, em especial por meio do descrédito de seus concorrentes, a começar por Fernando Haddad[18].

5. A relativização da verdade? Fake news anti-Haddad em grupo de católicos carismáticos

Informações que variavam desde a distribuição, por parte de Haddad, de um "kit gay" nas escolas, autorização para operação de mudança de sexo em crianças até à fraude nas urnas eleitorais compuseram o conjunto de *fake news* compartilhadas em grupos pró-Bolsonaro durante a eleição de 2018. Dado o curto espaço desse artigo, limitar-me-ei a analisar as imagens *fake* mais significativas postadas durante o período da campanha eleitoral (31 de agosto a 27 de outubro de 2018), no grupo de *facebook* "Movimento contra o comunismo e a teologia da libertação", administrado e composto por membros do catolicismo carismático, elencando as principais áreas temáticas nas quais se destacou o uso das *fakes news* contra o candidato petista, pontuando os elementos de um discurso "anti-PT", que formata uma identidade coletiva (os membros da RCC) que compreende a disputa eleitoral como uma "batalha espiritual". Assim, tomou-se como *córpus* de análise imagens compartilhadas por diversos membros do grupo, destacando as mais significativas (para o autor do texto). Optou-se por não analisar comentários publicados nos textos, pois isto demandaria um espaço textual ainda maior. Todas as imagens utilizadas nesse texto têm sua origem, ou fonte, no referido grupo. Um dos problemas para pesquisas em ambientes virtuais

18 Ao falar da "campanha de Bolsonaro" não estou referindo-me aos organizadores *strictu senso* de sua campanha, mas sobretudo dos administradores dos diversos grupos das redes sociais no que tange à disseminação de *fakes* em favor do candidato ao espalhar mentiras sobre Haddad.

é, exatamente, o problema das fontes, tão caro à academia, sobretudo por não termos como indicar a fonte para além da nomeação do grupo de onde se extraiu a imagem.

Para facilitar a apresentação, as imagens/*fakes* foram divididas a partir de temáticas. Uma análise mais acurada exigiria um espaço textual mais alongado, o que, por vezes, sua falta aqui faz com que o texto apresente-se limitado em alguns aspectos.

5.1. “Kit gay”, o grande motivo para o não-voto:

Sem dúvida alguma, o principal motivo elencado para o não-voto no candidato do PT era o famigerado “kit gay”, ele mesmo uma *fake* elaborada a partir da representação feita de um material didático elaborado pelo MEC, durante a gestão de Fernando Haddad, em 2011, a ser distribuído em escolas públicas de ensino fundamental 2 e médio e que discutia a problemática da igualdade de gênero com os adolescentes. O material foi elaborado dentro do programa Brasil sem Homofobia, mas teve seu conteúdo deturpado por parlamentares ligados à “bancada evangélica”, entre eles Bolsonaro que, inclusive, nomeou a suposta distribuição do material durante sua entrevista ao Jornal Nacional, da TV Globo. Como opositor-maior daquilo que “destruiria a inocência das crianças”, Bolsonaro beneficiava-se de uma campanha que nomeava Haddad como “autor” dessa “destruição”. Vejamos algumas dessas imagens:

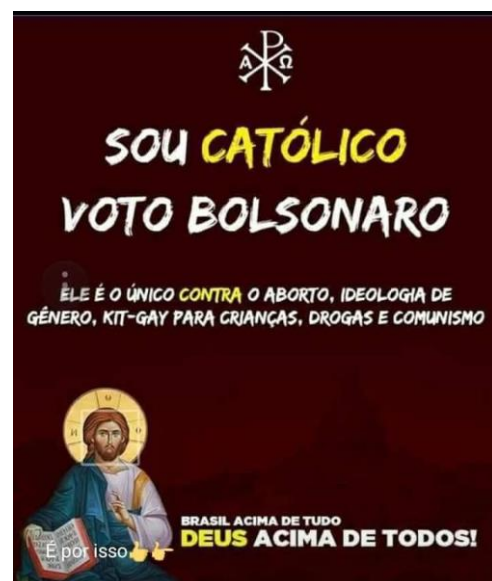
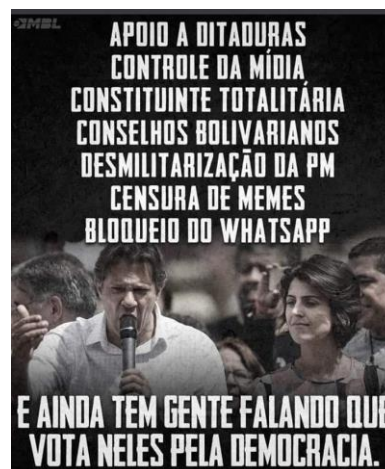
5.2. **Manuela D'Ávila, a vice indesejada:**

Outro importante aspecto elencado por membros do grupo para não se votar em Haddad, e alvo de muitas *fakes news* compartilhadas, foi a presença de Manuela D'Ávila (PCdoB) como sua vice. Membro do Partido Comunista do Brasil, feminista, mãe solteira, "abortista", atéia, autora de lei que "fecharia as igrejas" e suposta interlocutora de Adelmo Bispo, o homem identificado como autor do atentando contra Bolsonaro, em 06 de setembro: vários eram os motivos (falsos) a se afastar da candidatura do petista, sobretudo por aquilo que sua vice representava. Vejamos isso em imagens:

5.3. Os "horrores" da manifestação do #EleNão:

Por fim, outro conjunto de fake news foi compartilhado no grupo: aquele que envolvia uma série de imagens, descontextualizadas, que foram utilizadas para deslegitimar a manifestação nacional, ocorrida em várias cidades brasileiras, em 30 de setembro, intitulada "#EleNão". Protagonizada por movimentos feministas, a manifestação tomou as ruas do país e pretendia denunciar conteúdos misóginos, racistas e homofóbicos publicizados diversas vezes pelo candidato Bolsonaro. Contudo, as imagens compartilhadas pelos membros do grupo, retiradas de outras manifestações, davam ênfase a pessoas nuas, vilipendiando símbolos sagrados do

catolicismo, acompanhadas de legendas com "alertas" aos "verdadeiros" objetivos dos manifestantes. Vejamos:

Outras quatro imagens compartilhadas no grupo podem nos dar uma dimensão do conjunto de elementos retóricos a desacreditarem a candidatura petista frente ao seguimento católico carismático; são elas importantes por concentrarem, numa única imagem, as *fake news* que balizariam a não-escolha nele. Sobretudo, propostas políticas que nem sequer haviam sido anunciadas por Haddad são postas em circulação, no claro intuito de funcionarem como *fakes*.

6. Considerações finais

O objetivo desse artigo foi apresentar e problematizar o uso de *fake news* por um grupo de *facebook* ligado à RCC no que tange ao apoio do grupo ao candidato Jair Bolsonaro e em explícita oposição ao candidato Fernando Haddad. Inúmeras são as questões suscitadas pelo exercício "de campo" feito pelo autor do texto, que no espaço do texto não seria possível responder a contento. Contudo, o material aqui exibido e analisado serve-nos como medidor do uso das redes sociais por atores do campo religioso, o modo como põem-se dentro do debate eleitoral, a mobilização de seus elementos significativos como atores coletivos, as demandas que julgam importante como "destino da nação", a dubiedade de ações no plano moral, dentre outras.

Mas, sobretudo, uma reflexão sobre aquilo que é considerado como *"fake"* a partir da significação que o próprio grupo dá ao termo, ou seja: qual o espaço da verdade, entendida em termos factuais, ainda é importante quando se está em jogo o apoio de grupos religiosos a candidatos que encenam encampar sua agenda uma vez tendo sido vitoriosos no pleito? Aquilo de que se é acusado pode ser, como me parece ter sido o caso dos carismáticos, ressignificado a partir de outros elementos que balizem a "verdade" dos argumentos postos em circulação pelo próprio grupo, nos fazendo pensar na relativização moral de alguns setores religiosos quando o que

estiver em jogo for a vitória de sua agenda política. Nessa operação, a verdade é tão somente aquilo que credencia a vitória dos argumentos, factuais ou não, que operam a vitória social do grupo, rumo à construção de uma hegemonia em termos político-sociais-estatais.

Se, ao contrário do que vimos nas duas eleições presidenciais anteriores – quando os mais competitivos candidatos mobilizavam-se em busca do apoio de lideranças do campo religioso para que estas legitimassem-nos junto ao eleitorado por elas liderado (dizendo ser "verdadeira" sua religiosidade), parece-me que o pleito de 2018, ao produzir uma série de notícias falsas em relação ao principal candidato concorrente de Bolsonaro, iniciou uma nova dinâmica nas campanhas, em que, bem mais do que a mobilização por apoio de líderes religiosos, os candidatos deverão mobilizar-se não conferir insumos que potencializem a propagação de mentiras junto a esse eleitorado, ou, talvez, dar por vencida a batalha nesse campo, como me pareceu ter ocorrido com o candidato petista.

Ao final da eleição, o resultado foi percebido, pelo grupo, a partir de dois movimentos: em um, o da vitória de Bolsonaro, a realização de um plano divino; em outro, o da derrota de Haddad, a consequência do uso, pelo candidato, das *fake news*.

Referências

ALMEIDA, Ronaldo de (2018). "Deus acima de todos" In: VARIOS. *Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil de hoje*. São Paulo: Companhia das Letras.

AMOSSY, Ruth (2017). *Apologia da polêmica*. São Paulo: Contexto.

BACKZO, Bronislaw (1985). A imaginação social. In: LEACH, E. et al. *Anthropos-Homem.* Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda.

BORGES, T. D. P. (2007) *Representação partidária e a presença dos evangélicos na política brasileira.* Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade de São Paulo.

BURITY, Joanildo (2015). "A cena da Religião Pública: contingência, dispersão e dinâmica relacional". *Novos Estudos,* n.102, São Paulo, pp.93-109.

______________ (2008). "Religião, política e cultura". *Tempo Social*, v.20, n.2, pp. 88-113.

CHARAUDEAU, Patrick (2016). *A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas eleitorais.* São Paulo: Contexto.

CUNHA, Magali (2017). "É preciso salvar a família": gênero, religião e política no contexto do neoconservadorismo evangélico nas mídias no Brasil *In*: CUNHA, Magali; LOPES, Paulo Victor Leite; LUI, Janayna. *Religião e Política: medos sociais, extremismo religioso e as eleições 2014*.

D'ANCONA, Matthew (2018). *Pós-Verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news.* Barueri, Faro Editorial, 2018.

DUNKKHER, Christian. Psicologia das massas digitais e análise do sujeito democrático In: VARIOS. *Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil de hoje*. São Paulo: Companhia das Letras.

GARCIA, M.; DALY, A.J.; SUPOVITZ, J. (2015) "Desvelando climas de opinión por medio del Social Media Mining y Análisis de Redes Sociales en Twitter. El caso de los Common Core State Standards". *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales,* v. 26, n. 1.

GIUMBELLI, Emerson (2008). "A presença do religioso no espaço público: modalidades no Brasil". *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, n. 28, vol. 2, 2008.

KAKUTANI, Michiko (2018). *A morte da verdade – notas sobre a mentira na Era Trump.* Rio de Janeiro: Intrínseca.

KEYES, Ralph (2018). *A era da pós-verdade: desonestidade e enganação na vida contemporânea.* Petropólis, RJ: Vozes.

LANIER, Jaron (2018). *Dez argumentos para você deletar agora suas redes sociais.* Rio de Janeiro: Intrínseca.

MACHADO, Maria das Dores (2015). “Religião e Política no Brasil Contemporâneo: uma análise dos pentecostais e carismáticos católicos”. *Religião e Sociedade*, n.35, vol. 2, Rio de Janeiro.

______________ (2013). “Pesquisa com líderes religiosos: questões éticas e metodológicas”. *Estudos Sociológicos*, v.18, n.34: 39-56.

______________ (2012). “Religião, Cultura e Política”. *Religião e Sociedade*, n.32, vol. 2, Rio de Janeiro.

______________ (2012). “Aborto e ativismo religioso nas eleições de 2010”. *Revista Brasileira de Ciências Políticas*, n.7: 25-37, 2012.

_______________ (2006). *Política e Religião.* Rio de Janeiro: FGV.

MAFFESOLI, M (2001). “O imaginário é uma realidade”. *FAMECOS,* Porto Alegre, n. 15, p. 74-82.

MAINGUENEAU, Dominique (2008). “A Noção de Ethos Discursivo” *In*: Motta, Ana Raquel (org.). *Ethos Discursivo.* São Paulo: Contexto.

MAINWARING, Scott (1989). *Igreja Católica e política no Brasil (1916-1985).* São Paulo: Ed. Brasiliense.

MARIANO, Ricardo (1992). “O envolvimento dos pentecostais na eleição de Collor”. *Novos Estudos*, São Paulo, n.34., pp. 92-106

MARIZ, Cecilia (2016). “Ação Social de Pentecostais e da Renovação Carismática Católica no Brasil: o discurso de seus líderes”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.31, n. 92: 1-16.

MARIZ, Cecilia (2006). “Catolicismo no Brasil contemporâneo: reavivamento e diversidade”. In: TEIXEIRA, Faustino. *As Religiões no Brasil.* Petropólis, RJ: Vozes.

MIRANDA, Julia (2015). “Católicos carismáticos e as eleições municipais de 2012”. *Ciências Sociais Unisinos,* São Leopoldo, Vol. 51, N. 2, p. 201-211.

______________ (1999). *Carisma, sociedade e política: novas linguagens o religioso no político.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

MOURA, Maurício; CORBELINNI, Juliano (2019). *A Eleição Disruptiva – por que Bolsonaro venceu.* Record: Rio de Janeiro.

PROCÓPIO, Carlos Eduardo Pinto. (2019) O catolicismo carismático no impeachment de Dilma Rousseff. *Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar*, v.9, n.1, pp. 275-299.

______________ (2012). Carismatismo Católico e Eleições no Brasil. *Ciencias Sociales y religión.* Porto Alegre, v.14 p. 79-99.

ROJO, Luiza Martin (2004). “A fronteira interior – análise crítica do discurso: um exemplo sobre “racismo” In: IÑIGUEZ, Lupicinio. *Manual de Análise do Discurso em Ciências Sociais.* Petrópolis, RJ: Vozes.

SILVA, Emanuel Freitas da Silva (2019). “Os direitos humanos no “bolsonarismo”: “descriminalização de bandidos” e “punição de policiais”. *Conhecer. Debate entre o público e o privado*. Vol. 9, n. 2, pp. 133-153.

_______________________ (2017). “A ideológica mobilização católica contra a “ideologia de gênero” na escola”. *Revista Transformare,* vol. 1, n.1.

SILVEIRA, Emerson José Sena da (2015). Guerra Cultural Católica: política, espaço público e lideranças eclesiásticas. In: SILVEIRA, Emerson José Sena; MORADES JR, Manoel Ribeiro (orgs.). *Religião, política e espaço público no Brasil.* São Paulo: Fonte Editorial.

SNYDER, Timothy (2017). *Sobre a tirania – vinte lições do século XX para o presente*. São Paulo: Companhia das Letras.

TEIXEIRA, Faustino (2013). “Os dados sobre religiões no Brasil em debate”. *Debates do NER,* n.74:77-84.

THOMPSON, John B (1995). *Ideologia e Cultura Moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.* Petrópolis, RJ: Vozes.

WEBER, Max (2012). *Economia e Sociedade.*4.ed. Brasília: ed. UnB, 2012.

Recebido em 21 de julho de 2019
Aprovado em 22 de setembro de2019
https://doi.org/10.31990/agenda.2019.2.3